新媒体社交化传播对新闻节目制作产生的影响

孔 兵
（庄河市融媒体中心，辽宁 庄河 116400）

摘 要：新媒体衍生出了和传统媒体有明显差异的社交文化，基于这样的背景，文章从新媒体的发展入手，对新媒体社交化传播对新闻节目制作的影响进行了分析，并在明确传统媒体劣势的前提下，实现与新媒体互补发展，提出诸多改革措施，旨在为新媒体社会化传播对电视新闻节目制作的创新与发展提供切实可行的借鉴和参考。

关键词：新媒体；社交化；新闻节目制作；优化流程；创新整合　　**中图分类号：**G206　　**文献标识码：**A
文章编号：1671-0134（2022）03-042-03　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2022.03.012
本文著录格式：孔兵 . 新媒体社交化传播对新闻节目制作产生的影响 [J]. 中国传媒科技，2022（03）：42-44.

1. 新媒体发展概况

1.1 媒体发展现状概述

中国互联网络信息中心（CNNIC）发布的第 45 次《中国互联网络发展状况统计报告》（以下简称《报告》）显示截至 2020 年 3 月，我国网民数量已达 9.04 亿。当前，数字经济已成为经济增长的新动能，尤其 2020 年疫情期间，网络用户数量大幅增长。

新媒体业务的到来，给传统媒体的发展带来了新的发展力量，也更好地适应了当下受众的需要。从新媒体的特点和优势来看，带给媒体行业最大的变化是促进了媒体环境下社交文化的出现。对传统的新闻工作者来说，观念和心态的转变至关重要，要清楚在新媒体崛起的道路上，社交化给新闻工作带来的改变。只有立足时势，才能顺应时代发展打造出更加高质量的新闻节目，否则就会被社会淘汰。[1]

与传统媒体相比，新媒体双向传播的特点使得用户之间互动性更强，能够更及时地得到效果反馈。在利用新媒体平台进行营销活动时，有助于建立品牌与用户之间的情感联系，有效刺激用户购买欲望，营销达到的效果也更易于评估。新媒体用户规模不断扩大，覆盖用户主要以消费力强劲的中青年群体为主。其潜在的影响力提供了巨大的营销价值，新媒体营销将成为未来营销模式主流，各行业将继续加大新媒体营销上的投入。

1.2 媒介融合下新闻传播社交化新趋势发展分析

1984 年，传播学者弗朗索瓦・萨巴指出，新媒体已不再是传统定义下的大众媒体，传送有限的信息给同质的视听大众。这是由于在新媒体的环境下，信息的来源日益多样化，就使得观众面临很多选择。新媒体的特点直接塑造了分众化和片段化的观众，尽管从数目上来说还算是大众，但是从信息接收程度来讲，不再是过去所谓的大众。

在互联网技术的影响下，媒体传播形态产生极大改变，全媒体融合的背景下，社交传播网络也倾向圈层化模式。媒体融合不仅影响着社交互动方式，同样也影响着信息收、发者的信息传播需求等。因此，当前在媒体融合影响下的信息传播模式明显与过去大众传播的模式、格局有着本质的不同。

1.2.1 大众传播格局在数字技术的影响下改变

世界各个国家通过媒体网络技术的发展，已经在全球层次上形成了密切的联系，无论是节目还是信息，都可以在全球实现畅通的流通。简单概括来说，信息传播的方式是由网络技术进行了人际圈子的重塑，由于人们对某一个话题有兴趣或者关注度高，就会迅速聚焦在一起，从而使得信息的传播方式出现了社交化的特点。比如一个财经行业领域的人，他的一些信息获得几乎全部来自朋友圈，社交脉络给了他几乎所有的信息。过去单一的媒体传播渠道，已经远远不能满足当代民众的信息获取、传递、生产需求。

如此，依赖于权威媒体单向性传播信息的大众传播格局被打破，每个人都是传播者，每个人也都是信息生产制造者。在数字技术影响下，大众传播思维、模式备受到冲击。很显然，如果新闻节目的制作、传输依旧循着老路子，那么，且不考虑传播是否能精准到位、到人，若依旧遵从旧的方式，仅传播对象定位能否正确就是新闻节目制作者必须考虑的一大问题。

1.2.2 社交圈补充大众传播

传统新闻生产思维下，生产者应该承担起新闻把关人的角色，即，一些新闻专业人士、新闻生产者要严格把关大众媒介传播的内容。但是，在移动互联网的社会环境业态中，众筹和众包已经成为新的信息生产方式。人人都可以成为自媒体，也可以成为信息的传播者和制作者的特性，会导致社交圈优先成为新信息的出产地。

在现实生活中，有很多信息都是由社会普通大众首先在自己的微信朋友圈发送的，进而传播成为比较有热

度的新闻。比如贪污腐败事件、都美竹事件、教师虐童事件等。在各类重大事故，如踩踏事件、地震、洪灾、疫情等的传播中，抖音、拍客的视频，微信朋友圈等，也在逐步成为新闻诞生的土壤。传统新闻媒体通过微信等一些新媒体平台针对这些消息，就会由记者进行采访，并开始直播，通过媒体的官方渠道进行信息的推送。记者在现场采访的同时，网民的微博和微信也在不断更新，社交传播始终会不断补充和演绎。这就是社交媒介和大众媒介互相传播的一个优点，民众能够在很短的时间内对事件的来龙去脉有更清楚的认识。正是由于社交圈的传播有力地对大众媒介进行了补充，推动信息传播更为及时和全面。

1.2.3　社交化让大众传播可以有效到达终端

通常情况下，广播电视等一些大众媒介在受众覆盖方面会有一些限制，不能将节目信息精准送到受众，且在收听效果和在受众的需求方面存在一些不足。但是，社交媒介就不存在这些困惑和问题。社交媒体不仅可以将疏离的用户聚集在一个媒介中，还能将用户的信息精准收录到后台，包括受众的爱好、年龄、身份、收入，甚至收听的偏好和时间长短等。

正是由于社交媒体具备这样的优势，所以在媒体融合的环境中，新闻节目的制作者才可以让信息更好地触达到用户的终端，实现良好的传播，达到预期的传播目标。新媒体可以实现精准地细分，在节目制作过程中就可以利用大数据，实现有效的线上和线下的联动，带动传播效应，构建出新的传播渠道矩阵，有效弥补传统媒体大众传播的不足和局限，实现传播的有效和精准。

2. 新媒体的社交化分析

通过上述分析，可以看出大众传播在信息技术的影响下实现了形态的变革和创新。但是也不能对过去传统媒体的模式嗤之以鼻，而是要对社交化的新闻传播方式进行融合，在不断的演进中，进行升级和转型，让新的传播形态为现代化的新闻节目注入新的力量，增强传播凝聚力，有效汇聚不同圈层的受众。

2.1　社交化传播特点

过去，就有传播学者提出了“一切媒介均是感官的延伸”的观点。若是将传统媒体作为社会耳目口舌的延伸，来满足人们信息需求的话，可以说，新媒体为人类提供人机交互的机会，更好地满足了人类感官更深层次的体验，这也是满足人类需求的体验之旅。在新媒体的发展过程中，通过受众社交圈的不断互动与交流，可以让人们极大地释放认同感和存在感，这就与过去传统媒体信息受各方面因素制约有极大的区别。在人们和媒介互动共生的格局下，新闻传播也能够融合新媒体的诸多新特征，人们也可以参与到节目制作和流通的环节，这势必会改善新闻传播的效果。

2.1.1　传播形式的多样化

在新媒体的传播过程中，社交化的特征十分明显。人们对一些信息的认识，已经不再局限于新闻报道的内容，而是有了更多不一样的获取信息的方法。自媒体在传播过程中体现出了传者的去中心化这一特点，但是传者的去中心化可以形成多中心，这样就给新闻信息传播的权威性带来了不利的影响。

2.1.2　新闻传播的权威性受影响

受众在新媒体传播的社交浪潮中，都可以成为信息的传播者。新闻信息也不再是新闻权威部门才能有的新闻产品。人们可以通过社交媒体，随意发表自己的看法，用自己的方式来表达看法和意见。但是这也会给新闻权威机构的舆论引导带来不利的影响。[2]

2.1.3　传播渠道的多元化

过去传统媒体的传播方向是单一的，在新媒体社交化的文化环境中，传播渠道逐步出现了复杂化和关系网状的特征。信息去中心化和社交媒体传播飞沫化，让新闻节目的健康传播备受影响。当权威媒体不再具有“一言堂”的传播优势后，在传播渠道多元化的影响下，权威机构和政府机构如果依然想构建起权威的传播平台，保障自己的传播得到理想的效应，就必然需要运用好社交媒体的传播优势，让新闻传播在适应时代发展与变化的基础上，维护自身信息传输的稳定性、权威性、公开性等。[3]

2.2　社交化传播对电视新闻节目制作的影响

2.2.1　选题影响

网络信息技术是新时期环境发展的基础，新闻节目制作者通过各种新媒体平台实现信息传播速度的提升，可以促使新闻信息得到多次传播，衍生出更多新的话题，从不同多元化的媒体平台就可以显示，从而在新媒体技术的影响下实现全平台覆盖。人们利用手机获取一些新闻信息，可以发表更多不一样的观点，这样容易形成一定的舆论环境。人们在这样的舆论环境下可以实现交流，实现某个话题的热搜。一些新闻信息也可以通过一些醒目的字眼吸引更多人，以此微话题引发更多的人讨论，达到人人传播的影响，这就是新媒体社交化对选题的直接影响。[4]

2.2.2　工作观念影响

任何工作的进展，都离不开观念的创新。新媒体的社交软件中，一旦出现一些新的新闻，就会迅速被各大平台报道，有大量的用户收到推送的消息，人们也可以根据不同的平台进行话题的搜索。可以说，新闻已经不是由过去单一的工作者提供，而是在社交化的新闻环境中打造了一个新的媒体基地。过去新闻制作者需要花费很多时间，而新媒体只需要进行交互。可以说，新闻整合不是传统地将新闻信息进行整合，而是站在更高的角度，对新闻事件进行更深的解读。[5]

2.2.3　新闻的整合

除了各种新媒体自身的新闻内容，需要对其他媒体资源进行整合，将新闻话题与采编制作进行有效融合，用更多新的方式进行报道和传播，这就是新闻的整合。所谓新闻整合，其本质就是把大量的新闻进行筛选和过滤，对其进行重新编排和组合，让新闻可以呈现出更多新的方式，从而使新闻内容更加丰富，用多元化的视角对新闻进行分析和报道，不仅提升了新闻报道的价值，还吸引了更多的受众。自媒体新闻的资源整合的优点，有利于受众了解整个事件的经过，从而可以有更多新的角度来分析新闻事件。[6]

3. 新媒体环境下电视新闻的改革措施

3.1 优化电视新闻制作流程

传统电视新闻节目在制作中，需要消耗很多人力和物力。新闻生产制作和发展效率比较低。电视新闻制作的成本比较高，有着很多的影响因素。在新闻节目制作中，为了保证新闻内容的质量，对新闻题目也要谨慎选择。其次，在进行新闻采访和拍摄的过程中，也要大力优化，对内容进行整合和加工。新闻具有一定的时效性，尽管有的新闻经过了加工和整合，但是也要尽可能利用新媒体的影响力，将流程优化，从而减少新闻制作的成本。

3.2 加强节目形式的创新整合

新媒体最典型的优势就是具有很强的互动性。人们可以根据自己的观点，对新闻内容进行选择，在网络上发表自己的观点。放眼现在，35 岁以下人群对手机有很强的依赖性，每天有大量时间游走在不同的社交网络上。这些人群对媒体的使用都是以自己需求为出发点，这就意味着某个别新闻节目对年轻人的生活产生不了太明显的影响。这就需要新闻工作者促进电视新闻向社交化的方向发展，更好地对新闻节目进行创新。比如湖南卫视的一些娱乐节目中，就充分发挥了社交媒体的作用，使观众可以围绕节目进行讨论。

3.3 工作理念的创新

新媒体转型的过程中，传统新闻工作者要突破过去的思想和理念，实现观念的创新。新媒体的优势，作为新闻工作者大家有目共睹，要看透新闻传播的性质和根本，树立全面发展的思维和理念。[7] 媒体融合的发展过程中，新闻工作者要积极把握媒体融合的趋势，将数字技术作为重要支撑，在发展中将新旧理念进行渗透和补充。过去传统媒体占据主要地位，在新闻传播的过程中，只有将理念扭转，才能正确认识新媒体的发展思路，对传统媒体的利弊有力权衡，从而推动新闻工作者在新媒体环境中实现更好的发展。

结语

新媒体环境中，在新的移动通信工具的影响下，新媒体日益受到大众的喜爱。传统媒体的受众数量不断锐减，这就使得新闻信息的环境和机制需要进一步改革和变化。随着人们对新媒体节目质量要求的提高，也会带动新媒体的发展与创新，这就可以为整个新闻行业的发展增添动力。作为传统电视新闻，在受到新媒体社交化传播的影响下，需要不断完善新闻制作流程和体制，给媒体发展带来新的思路。[8] 总而言之，新闻工作者要立足于新闻媒体社交化大趋势，摆正发展思路，不断创新新闻工作模式，积极引入新闻传播的交互性能，为电视新闻发展注入更多的活力。媒

参考文献

[1] 卢颖 . 主流新闻客户端新闻内容生产的社交互动模式研究 [D]. 南宁：广西大学，2016.

[2] 徐晴晴 . 新媒体背景下的新闻社交化分析 [D]. 北京：中国青年政治学院，2016.

[3] 张德礼 . 社会化媒体时代新闻社交化传播路径研究 [D]. 锦州：渤海大学，2019.

[4] 周蕾 . 新闻媒体的社交化发展趋势研究 [J]. 新闻记者，2017（3）：71-75.

[5] 丁园园，张超 . 分享即传播：数据新闻的社交化生产策略研究 [J]. 中国出版，2019（21）：5-9.

[6] 李鹏宇 . 社交媒体与新闻社交化传播的特点与发展 [J]. 青年记者，2020（8）：97-98.

[7] 郭曼博 . 新媒体背景下电视新闻节目的形式创新 [J]. 中国传媒科技，2018（11）：100-101.

[8] 龙月玥 . 省级电视台新闻节目如何与新媒体有效融合 [J]. 中国传媒科技，2021（6）：67-68+110.

作者简介：孔兵（1976-），男，辽宁庄河，主任编辑，研究方向：电视新闻宣传。

（责任编辑：胡杨）